

XIII Congreso Internacional de Teoría de la Educación

XIII International Congress on Theory of Education

Opportunities and challenges in the use of social networks to optimize guidance actions

Oportunidades y desafíos en la utilización de las redes sociales para optimizar acciones de Orientación

Marius Martínez^{a*}, Begoña Gros^b

^a *Universitat Autònoma de Barcelona. Edifici G-6. 08193 Bellaterra. Spain*

^b *Universitat de Barcelona. Passeig Vall d'Hebron, 171. 08035, Barcelona. Spain*

Abstract

Unemployment among young people is very high and it has been recognized that guidance counsellors need new strategies and resources to connect with young people. Most teenagers and young people make extensive use of social networks. However, the counselling and social networking binomial is relatively new in our context. This contribution is the result of a study commissioned by the municipal technical specialists in Barcelona who see social networks as a new opportunity to be explored. This lies in the analysis of the opportunities and challenges in using social networks to optimize guidance activities.

© 2014 Published by Elsevier Ltd. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

Peer-review under responsibility of the Organizing Committee of CITE2014.

Keywords: educational guidance; career counselling; personal counselling; social networks; digital technologies; e-counselling

* Autor para correspondencia. Tel.: +349-581-3198

Correo electrónico: marius.martinez@uab.es

Resumen

El desempleo entre los jóvenes es muy elevado y se ha detectado que los orientadores necesitan nuevas estrategias y recursos para conectar con los jóvenes. La mayor parte de los jóvenes y adolescentes hacen un uso intensivo de las redes sociales. Sin embargo, el binomio orientación-redes sociales es relativamente nuevo en nuestro contexto. Esta contribución es el resultado de un estudio realizado bajo demanda de los técnicos municipales de la provincia de Barcelona que ven en estas redes nuevas oportunidades a explorar. Se sitúa en el análisis de las oportunidades y desafíos en la utilización de las redes sociales para optimizar acciones de orientación.

© 2014 Published by Elsevier Ltd. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

Peer-review under responsibility of the Organizing Committee of CITE2014.

Palabras clave: orientación educativa; orientación profesional; orientación personal; redes sociales; tecnologías digitales; e-counseling

1. Introducción

El desempleo entre la población juvenil supera el 50% (Observatorio de la Juventud, 2013) y, en muchos casos, los jóvenes carecen de referentes o vínculos que les ayuden a definir un proyecto de futuro. Los orientadores que trabajan en contextos locales señalan que carecen de recursos para conectar con algunos jóvenes del municipio ya que éstos no pasan por los circuitos que habitualmente están establecidos (Martínez, 2011).

La mayor parte de los jóvenes y adolescentes hacen un uso intensivo de las redes sociales. Desde el año 2008, las redes sociales han experimentado un crecimiento exponencial en España, aumentando del 22.6% al 72.3% los usuarios habituales entre el año 2008 y el último trimestre de 2010 (INTECO, 2011). Según datos del Instituto Nacional de Estadística en el 2012, el 88,5% de los jóvenes usuarios de Internet con edades comprendidas entre los 16 y 24 años participa en redes sociales y, ya en 2009, Bringué y Sádaba (2009) encontraron que el 71% de los adolescentes españoles (12-18 años) las utilizaban, elevándose esta cifra con la edad. Al mismo tiempo, no cabe duda de que la emergencia de las redes sociales y la consiguiente integración de muchas de las aplicaciones on-line promueve un cambio de las prácticas que pueden generar nuevas oportunidades para potenciar las tareas de información, apoyo, orientación y acompañamiento de los jóvenes. Hay todavía poca investigación y evidencias de la utilización de las redes sociales en los procesos de orientación pero existen experiencias locales que son muy bien valoradas por sus participantes como por ejemplo el uso de *Facebook* para realizar el seguimiento del alumnado que abandona el centro educativo o de los dispositivos móviles para contactar y comunicarse con los jóvenes.

El binomio orientación-redes sociales es relativamente nuevo en nuestro contexto. El trabajo que aquí se presenta se sitúa en el análisis de las oportunidades y desafíos en la utilización de las redes sociales para optimizar acciones de orientación. Se trata de un estudio realizado bajo demanda de los técnicos municipales de la provincia de Barcelona que ven en estas redes nuevas oportunidades a explorar.

En esta contribución, describimos brevemente los principales ámbitos de la orientación. Posteriormente, nos centramos en el análisis de las principales propuestas del uso de las tecnologías digitales en la orientación y, finalmente, analizamos los cambios que supone el uso de las redes sociales en los profesionales y en los usuarios.

2. La orientación y la formación a lo largo de la vida.

Tal como destaca Ferrer (2009), la educación obligatoria, y la educación secundaria en particular, es la etapa educativa que suele concentrar mayor atención social y política y lo hace - según el autor - en parte, porque se espera que en esta etapa se proporcione a todos los individuos aquellas competencias que les permitirán llevar una vida plena en sociedad. Se espera que la educación obligatoria ponga las bases de la convivencia cívica, de la cultura, de la moralidad y del capital humano de un país y, concretando el último aspecto, que ponga las bases para el desarrollo los itinerarios profesionales y para el aprendizaje a lo largo de toda la vida. Uno de los problemas de la situación actual de la población es que estas metas no se alcanzan, menos aún en el contexto de la sociedad del

conocimiento, que ha generado nuevas exigencias formativas, competencias y actitudinales que han supuesto una nueva brecha de exclusión para muchas personas.

Una persona para afrontar los desafíos del siglo XXI necesita tener una formación de base de calidad que debe incluir competencias comunicativas, tecnológicas y de aprendizaje permanente. También precisa de una cualificación profesional y un proyecto personal de desarrollo a partir de un conocimiento preciso de las propias características y circunstancias, y de las oportunidades y dinámicas del entorno. Este perfil sólo puede lograrse en contextos de interacción con otras personas y grupos y con una posición de activación sostenida en el tiempo.

La orientación es el conjunto de acciones destinadas a ayudar a las personas a tomar decisiones sobre sus vidas (en los ámbitos personal, social, educativo y vocacional) y a implementar estas decisiones. Más concretamente, es el conjunto de esfuerzos de la comunidad para que cada persona pueda concretar un proyecto de desarrollo personal, académico y profesional y llevarlo a la práctica con razonables posibilidades de salir adelante. Plant (2011) identifica 15 acciones relacionadas con la orientación: informar, aconsejar, asesorar, enseñar, posibilitar, defender, trabajar en red, retroalimentar, gestionar, innovar, señalar, mostrar (probar) experiencias de trabajo, hacer seguimiento.

En una perspectiva del ciclo vital, el CEDEFOP (2004) considera que la orientación se refiere a una serie de acciones o actividades que permiten a los ciudadanos, de cualquier edad y en cualquier momento de su vida, identificar sus capacidades, sus competencias y sus intereses para tomar decisiones claras, conscientes y realistas en materia de enseñanza, de formación y de trabajo y generar los recorridos personales en el estudio, el trabajo y otros contextos con los que estas capacidades y competencias serán adquiridas o utilizadas. Consecuentemente, la orientación deberá ser ofertada en lugares y contextos diversos: en la enseñanza, la formación, el trabajo, la comunidad y también a título privado (Wannan y Mcarthy, 2005).

Desde que Granovetter (1973) propuso los conceptos de vínculos fuertes (familia y amigos íntimos) y vínculos débiles (profesorado, orientadores, redes de conocidos y compañeros) muchos son los estudios que han explorado estas relaciones y su efecto en el desarrollo de las personas en general y los jóvenes en particular. El estudio longitudinal de Tynkkynen en Finlandia (2010) pone de manifiesto la importancia de los diferentes vínculos con los diferentes agentes para explicar, por ejemplo, los recorridos y las vías elegidas por el alumnado. Estos apoyos constituyen el principal capital social de provisión de conocimiento y apoyo para cualquier persona en su desarrollo. Por consiguiente, es necesario identificar cuáles son los agentes de la orientación y cuál es el rol que pueden desarrollar. Los resultados de la investigación no son concluyentes en este punto, en función del foco, se identifica el papel de la familia, el profesorado y profesionales de la orientación, y, de manera especialmente remarcada en la adolescencia, los amigos y amigas.

La orientación debe entenderse en un marco que va más allá del centro educativo. Por ello, tiene todo el sentido hablar de otros agentes de la orientación que están en el territorio. El análisis de la orientación en una perspectiva internacional permite identificar orientadores profesionales, por ejemplo, dependientes de diferentes cuerpos y administraciones que trabajan especialmente en relación a la conexión de la formación inicial y el mundo del trabajo. También el trabajo en red de diferentes centros y servicios ayuda a optimizar los procesos de desarrollo y orientación del alumnado, especialmente durante la adolescencia. Tal y como señala el informe sobre políticas europeas de orientación vocacional a lo largo de la vida, también hay que pensar que hay que diversificar los contextos en los que se puede recibir orientación, no sólo a partir de las TIC que rompen los espacios y tiempos para la orientación sino también en los proveedores de orientación. Esto exige comunicación, cooperación y coordinación entre estos agentes (*European Lifelong guidance policy network*, 2010).

De acuerdo con la síntesis de Sultana (CEDEFOP, 2004), parece que los servicios de orientación (entendidos como provisión de la acción orientadora y no tanto como modelo de acción) tienden a diversificarse de los contextos - espacios - recursos - medios y momentos, dirigiéndose a toda la población, a lo largo de toda la vida, con un creciente protagonismo de los orientados y una especialización continuada de las personas que proveen la orientación que también se diversifican. También cabe destacar su centralidad en las políticas públicas y su regulación y evaluación continua.

En las experiencias documentadas en otros campos, se constatan tres usos básicos de las redes que se pueden releer desde la orientación:

1. Compartir información y explicar o testimoniar experiencias personales. Dimensión comunicativa y de demanda de información.
2. Pedir consejo y orientación en problemas específicos. Dimensión netamente orientadora.
3. Buscar apoyo emocional en situaciones difíciles. Dimensión de apoyo emocional.

3. Propuestas tecnológicas para la orientación

Hooley, Hutchinson, y Watts. (2010) identifican ocho tendencias que impactarán en el futuro próximo en el terreno de la orientación:

1. *Redes sociales.* Un aspecto muy importante para la orientación es potenciar el uso de las redes sociales en sus múltiples dimensiones y formas organizativas. Las redes sociales permiten la integración de diversas tecnologías facilitando un diseño a medida de los usuarios. Por ejemplo, pueden combinar informaciones generales para un grupo amplio de jóvenes y, al mismo tiempo, incorporar herramientas como Twitter o sistemas de localización que permitan una comunicación más directa y personalizada.

La etiqueta "red social" es muy genérica y se puede aplicar a muchos tipos de propuestas. En general, la clasificación más extendida es la que diferencia entre redes horizontales o generales y las verticales o especializadas.

Las redes sociales horizontales no tienen una temática definida, están dirigidas a un público genérico y se centran en los contactos. La motivación de los usuarios a acceder es fundamentalmente para relacionarse con otras personas sin una finalidad concreta. Algunas de las más conocidas son Facebook, Tuenti, Google+ y Badoo.

Las redes sociales verticales son redes especializadas. La posibilidad que ofrecen ciertas plataformas de crear una red social propia y personalizada produce redes sociales de todo tipo, específicas para los intereses de sus usuarios. Por ejemplo, las redes sociales profesionales dirigidas a generar relaciones profesionales entre sus usuarios (LinkedIn.), redes sociales de contenidos (Scribd, Flickr), redes sociales nómadas que se componen y recomponen en función de los sujetos que se encuentren geográficamente cerca del lugar en que se encuentre el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto ir (Latitud, Brighkite, Fire Eagle y Skout), etc.

2. *Conocimiento colectivo.* Las tecnologías actuales permiten desarrollar el conocimiento colectivo. Servicios como Wikipedia, Flickr, Delicious, etc., permiten publicar y compartir conocimiento de forma abierta. Este tipo de servicios pueden ser explotados desde las entidades locales. Muy a menudo las personas tienen dificultades para seleccionar la información y ofrecer un servicio de filtrado realizado por profesionales añaden mucho valor.

3. *Individualización.* El entorno personal de aprendizaje o PLE (Personal Learning Environment) se refiere al conjunto de herramientas, servicios y conexiones que utiliza una persona para conseguir varias metas vinculadas a la adquisición de nuevos conocimientos y nuevas competencias. Según Adell y Castañeda (2010, 23) es "el conjunto de herramientas, fuentes de información, conexiones y actividades que cada persona utiliza de forma asidua para aprender".

4. *Reconocimiento del espacio y el tiempo.* Las aplicaciones diseñadas y adaptadas específicamente para móviles permiten localizar nuestra posición. La facilidad para acceder a datos geolocalizados ofrece una gran diversidad de posibilidades. Se pueden elaborar mapas, combinar datos sobre eventos, objetos o personas, y las personas pueden geo- etiquetar servicios, recursos, ofertas laborales, formativas, etc. Todas estas funciones aumentan de manera muy relevante las capacidades de una aplicación y transforman el diseño y las posibilidades de las aplicaciones para la orientación.

5. *La informática en la nube.* Esta tecnología tiene consecuencias importantes dado que facilita la creación de contenidos en la red y que genera muchos datos compartidos. Como consecuencia, se ha generado el concepto de datos masivos que se refiere a los grandes volúmenes de información que se registran y almacenan permanentemente en todo el mundo así como los sistemas y las herramientas que sirven para analizar y extraer valor de esta información. Las analíticas de aprendizaje son herramientas y técnicas de recopilación, análisis y visualización de datos que permiten proporcionar información personalizada al usuario. Por ejemplo, puede ser de utilidad en la búsqueda de trabajo para identificar perfiles y demandas laborales.

6. *Herramientas gratuitas y contenidos abiertos.* El concepto de contenido abierto hace referencia a aquellos materiales que se publican en un formato explícitamente diseñado para permitir la copia, modificación y distribución y que pueden ser modificados y re -utilizados.

7. *Diversidad e integración tecnológica.* La web 2.0 permite integrar diferentes aplicaciones tecnológicas proporcionando una gran flexibilidad en los diseños y el acceso desde diferentes tipos de dispositivos. En particular, la convergencia entre el teléfono móvil y las tecnologías web abre nuevas oportunidades para la orientación y plantea una nueva serie de posibilidades, como por ejemplo, el uso del móvil para apoyar y facilitar el aprendizaje durante las primeras experiencias en el trabajo.

8. *El aprendizaje basado en el juego y la gamificación.* Son dos tipos de tendencias relacionadas con el uso de los juegos. En el primer caso, se trata de utilizar juegos digitales para aprender contenidos y competencias. Debido al éxito de los juegos utilizados para el aprendizaje, en los últimos años ha habido un resurgimiento de los juegos educativos a partir del movimiento llamado *serious games*. El objetivo fundamental de los juegos serios es crear situaciones que permitan experimentar con problemas reales a través de videojuegos. Se pretende que el juego sirva para probar múltiples soluciones, explorar, descubrir la información y los nuevos conocimientos sin temor a equivocarse, ya que en el juego se toman decisiones que no tienen consecuencias en la realidad. Por ejemplo, *Drive your life* es un juego diseñado para orientar a los adolescentes sobre las profesiones más adecuadas a su perfil.

Dicho éxito ha llevado al concepto de gamificación que es la tendencia a incorporar elementos procedentes del mundo del videojuego dentro del proceso de aprendizaje. La idea principal es utilizar la mecánica y las técnicas de los juegos como los incentivos, la retroalimentación inmediata y las recompensas para potenciar la motivación, la concentración y el esfuerzo.

El uso de las tecnologías y las redes sociales ha aumentado de manera notable en el sector de la orientación, especialmente en los países nórdicos (Kettunen, Vourinen y Sampson, 2013), aunque los profesionales han tenido ciertos recelos en su incorporación. Vuorinen, Sampson, y Kettunen, (2011) alertan del peligro que tiene el sector público en el ámbito de la orientación ya que está avanzando con mucha más lentitud en la integración de las TICs que el sector privado. En los últimos años se observa una oferta muy importante de empresas de servicios con muchas ofertas tecnológicas para la orientación personal y profesional. Los ejemplos más claros los encontramos en el sector de la orientación profesional y en el desarrollo de plataformas para el e-guidance.

Vuorinen et al. (2011) afirman que las redes sociales son una gran oportunidad para los profesionales de la orientación por cuatro razones: a) Internet es una biblioteca de recursos a través del cual las personas pueden encontrar información; b) es un espacio para el intercambio de capital social en el que se pueden llevar a cabo conversaciones con múltiples agentes; c) es un mercado de oportunidades para las personas que pueden crear y gestionar sus perfiles y reputaciones; y d) es un canal de comunicación democrática que permite comunicar los intereses y preocupaciones.

Los medios sociales son plataformas de comunicación en línea que se caracterizan porque el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información. La definición más habitual es la de Kaplan y Haenlein (2010, 59), que considera los medios sociales como "un grupo de aplicaciones basadas en Internet que se desarrollan sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la web 2.0, y que permiten la creación e intercambio de contenidos generados por el usuario."

Redecker et al. (2011) afirman que las redes sociales ofrecen oportunidades para los cuatro desafíos de las políticas de educación y formación Europeas para el horizonte 2020: a) mejorar la innovación y la creatividad; b) mejorar la calidad y la eficacia de las herramientas y los resultados de aprendizaje; c) hacer realidad el aprendizaje permanente y la movilidad de los aprendices; y d) promover la equidad y la ciudadanía activa.

Bonsón, Torrès, Royo et al. (2012), consideran que los gobiernos locales han de beneficiarse de las aplicaciones de la web 2.0 que facilitan la distribución viral de los contenidos e integran diferentes tipos de contenidos. Además, el uso de las redes sociales ayuda a ajustar las necesidades de los usuarios y los servicios disponibles.

4. Nuevos roles en los usuarios

El contexto de las redes ha transformado el rol de los llamados usuarios que son tanto los profesionales o técnicos de orientación como los propios destinatarios o ciudadanos. El concepto de agencia se extiende, se hace interactivo y se distribuye en cualquier punto de la red, no necesariamente en el proveedor de servicios de orientación.

El papel de los y de las profesionales y técnicos de la orientación experimenta un giro importante pero sigue siendo clave para entender las posibilidades de desarrollo de determinadas personas y colectivos, especialmente aquellos en una situación de marginación, discriminación y vulnerabilidad. Las tecnologías y las redes son una nueva oportunidad pero también un nuevo riesgo de segregación o exclusión y los profesionales son una pieza clave. Las redes virtuales son un recurso también para las sesiones cara a cara, que deben aprovechar los y las profesionales de la orientación, un medio de comunicación entre profesionales y con los orientados y un recurso en el desarrollo de dispositivos de orientación virtuales que pueden suplir aquellos aspectos más mecánicos o simples del proceso orientador.

Como ya se ha mencionado anteriormente, las redes implican una ampliación en la noción de agencia, ahora también extendida a las personas que quieren orientarse o la ciudadanía en general. De acuerdo con la literatura revisada, el primer desafío es formar y orientar a jóvenes competentes que tengan competencias TIC no sólo para conectarse y acceder a los recursos sino sobre todo también para filtrar los contenidos existentes, para generar conocimiento, utilizarlo para el propio desarrollo y también compartir este conocimiento con otros, de manera participativa y activa.

Participación también significa (como sugiere Plant, 2011) acercarse al concepto de ciudadanía activa y democracia efectiva en la que la involucración de la ciudadanía significa devolver a los individuos ya las comunidades el derecho a jugar un rol activo en dar forma a los servicios que afectan sus vidas –como lo son los servicios de orientación-. De acuerdo con la *Nordic Network for Adult Learning* (2011), hay cinco niveles de implicación de los usuarios en las acciones y políticas de orientación: obtener información, compartirla, participar en fóruns, participar en la definición de políticas y estrategias y decidir con otros – en red o partenariado - qué políticas y estrategias conviene reformular.

Como señalan Hooley et al. (2010), las herramientas para crear redes sociales no son el problema, el reto es pasar del incremento de la accesibilidad y el incremento de la interactividad al diseño de los espacios de actuación e intervención que permitan desarrollar las tres áreas de orientación mencionadas previamente: Compartir información y explicar o testimoniar experiencias personales, pedir consejo y orientación en problemas específicos y buscar apoyo emocional en situaciones difíciles y extender dichas prácticas bajo el concepto de creación difusa y extensa.

Desde la perspectiva de las entidades locales, hay que hacer un diagnóstico de la situación competencial y de recursos para poder establecer prioridades en la inversión, el desarrollo de recursos y el empoderamiento de los técnicos, pasos necesarios para poder finalmente promover la alfabetización digital y apoderarse los usuarios / ciudadanos- propiciando que se conviertan en el que podríamos denominar usuarios competentes. Es fundamental apoyar el crecimiento de la alfabetización digital que permitirá identificar oportunidades, recoger información relevante e integrarse en redes clave .

En una perspectiva global, la administración local puede utilizar las redes sociales para:

- Detectar necesidades de orientación.
- Proporcionar servicios de orientación a través de las TIC / redes .
- Gestionar los servicios de orientación.
- Promover la participación en la definición de políticas o planes así como en su promoción.
- Evaluar y facilitar la rendición de cuentas de las acciones de orientación que se hacen en el municipio.

Referencias

- Adell, J., & Castañeda, L. (2010). Los Entornos Personales de Aprendizaje (PLEs): una nueva manera de entender el aprendizaje. En, Roig Vila, R. & Fiorucci, M. (Eds.) *Claves para la investigación en innovación y calidad educativas. La integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y la Interculturalidad en las aulas*. Roma: TRE Università degli studi y Marfil.
- Bringué, X., & Sádaba, C. C. (2009). *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Madrid: Fundación Telefónica.
- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S., Flores, F. Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29, 123–132.
- CEDEFOP (2004). *Guidance policies in the knowledge society*. Luxembourg: Official Publications of the European Communities.
- Ferrer, F. (Dir.) (2011). *PISA 2009: Avaluació de les desigualtats educatives a Catalunya*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.
- Granovetter, M.S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78 (6), 119-163.

- Hooley, T., Hutchinson, J. and Watts, A.G. (2010). *Careering Through The Web. The Potential of Web 2.0 and 3.0 Technologies for Career Development and Career Support Services*. London: UKCES.
- INTECO (2011). Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles. 2º cuatrimestre de 2011 (16ª oleada). Observatorio de la Seguridad de la Información, INTECO. (www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/Estudios/Estudio_hogares_2C2011)
- Kaplan A. M., Haenlein M., (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, 53 (1), 59-68.
- Kettunen, J., Vuorinen, R., & Sampson, J. P. (2013). Career practitioners' conceptions of social media in career services. *British Journal of Guidance & Counselling*, 41(3), 302–317.
- Martínez, M. (2011). *Diagnòstic de la transició dels joves a la ciutat de Mataró*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Nordic Network for Adult Learning (2011). Nordic cooperation in adult education and learning. www.nordvux.net
- Observatori de la Joventut (2013). Situació laboral de les persones joves a Catalunya. 1er. Trimestre de 2013. http://www20.gencat.cat/docs/Joventut/E-Joventut/Recursos/Tipus%20de%20recurs/Documentacio/Arxiu/Document/Informes_EPA/Informe_EPA_13_1r_trimestre.pdf
- Plant, P. (2012). Quality assurance and evidence in career guidance in Europe: counting what is measured or measuring what counts?. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 12(2), 91-104.
- Ponce, I. (2012). Clasificación de redes sociales. Monográfico: Redes Sociales. <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3>
- Redecker, C., Leis, M., Leendertse, M., Punie, Y., Gijsbers, G., Kirschner, P., Hoogveld, B. (2011). *The Future of Learning: Preparing for Change*. Sevilla: Institute for Prospective Technological Studies. Joint Research Centre. European Commission.
- Tynkkynen, L.; Nurmi, J.E.; Salmela-Aro, K. (2010). Career goal-related social ties during two educational transitions: Antecedents and consequences, *Journal of Vocational Behaviour*, 76, 448-457.
- Vuorinen, R., Sampson, J. P., & Kettunen, J. (2011). The perceived role of technology in career guidance among practitioners who are experienced internet users. *Australian Journal of Career Development*, 20(3), 39-46.
- Wannan, J., & McCarthy, J. (2005). *Improving Lifelong Guidance Policies and Systems; Using Common European Reference Tools*. Luxembourg: CEDEFOP.